

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Tarification différenciée et phénomène du géoblocage

Rosier, Karen

Published in:
Bulletin juridique et social

Publication date:
2016

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Rosier, K 2016, 'Tarification différenciée et phénomène du géoblocage: Disneyland Paris revoit sa politique de prix' *Bulletin juridique et social*, Numéro 565, p. p. 16.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Tarification différenciée et phénomène du géo-blocage : Disneyland Paris revoit sa politique de prix

À la suite d'une enquête lancée par la Commission européenne il y a plusieurs mois concernant la politique tarifaire du célèbre parc d'attractions, Disneyland Paris a accepté de revoir sa politique de tarification.

À l'origine de cette enquête, une dénonciation effectuée par des eurodéputés du fait que, selon le lieu de résidence des consommateurs européens, ceux-ci n'avaient, pour leur réservation en ligne, accès qu'à une possibilité de réserver selon les tarifs pratiqués pour leurs pays d'origine, qui variaient d'un pays à l'autre¹. Ainsi, des consommateurs allemands ou britanniques payaient leur séjour au parc d'attractions, pour des prestations égales à celles qui étaient offertes à un Français ou à un Belge par exemple, un prix plus élevé.

On notera que la directive 2006/123/CE relative aux services dans le marché intérieur prévoit en son article 20 une interdiction de discrimination à l'égard de destinataires de service fondés sur la nationalité ou le lieu de résidence du destinataire, sans que cela ne porte atteinte à la possibilité de prévoir des différences dans les conditions d'accès lorsque ces conditions sont directement justifiées par des critères objectifs.

Il est précisé dans le considérant 95 de cette directive qu'il est permis de prévoir contractuellement des tarifs et des conditions variables pour la prestation d'un service, pour autant que ces tarifs, prix et conditions soient justifiés par des raisons objectives qui peuvent varier d'un pays à l'autre, tels des coûts différents selon les pays, une demande plus ou moins forte en fonction de la saison, les différentes périodes de vacances dans les États membres par exemple. En revanche, la pratique de prix différenciés devient problématique si la variation est uniquement fondée par des niveaux de revenus différents selon les États membres, d'aucuns invoquant qu'il s'agirait-là d'une discrimination entre citoyens contraire à l'article 20 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE), instituant la citoyenneté européenne, lu en combinaison avec l'article 18 (principe de non-discrimination sur la base de la nationalité) du TFUE².

Toujours est-il que ce que la Commission critiquait au premier chef n'était pas le fait qu'il y ait une politique de prix différenciée selon le lieu d'origine des consommateurs, mais le phéno-

mène de « géo-blocage » par lequel ces consommateurs sont empêchés de bénéficier de prix plus avantageux offerts à d'autres consommateurs³. La position défendue par la Commission européenne est que les consommateurs doivent pouvoir, dans un environnement de commerce électronique, librement faire leurs achats sans être découragés dans la recherche de leur produit ou de leur service, par des obstacles comme une réorientation vers des sites internet nationaux ou des obligations de payer avec une carte de débit nationale⁴.

Le Parlement européen partage ce point de vue et a voté une résolution en ce sens en janvier 2016 visant à voir cesser le blocage géographique de l'accès en ligne des consommateurs à des biens et services sur la base de leur adresse IP, adresse postale ou pays d'émission de cartes de crédit⁵. Ce genre de pratiques contrarie l'idée d'un véritable marché unique numérique souhaité au niveau européen⁶.

Quoi qu'il en soit, l'enquête de la Commission devrait trouver son épilogue dans cette modification volontaire de Disneyland de sa pratique tarifaire et pourrait inspirer d'autres acteurs du marché numérique européen.

● KAREN ROSIER

*Maître de conférences à la Faculté de droit de l'Université de Namur
Chercheuse au Centre de Recherche Information,
Droit et Société (Crids), Université de Namur
Avocate au barreau de Namur*

1 E. WERY, « Prix géolocalisés : pour clore l'enquête de la Commission, Disneyland modifie sa politique tarifaire », 20 avril 2016, www.droit-technologie.org.

2 Ibid.

3 X., « Disneyland Paris adapte sa politique de prix aux règles européennes », 18 avril 2016, www.lesoir.be.

4 Ibid.

5 www.europarl.europa.eu/news/fr/news-room/20160114IPR09903/Arr%C3%AAtter-le-g%C3%A9oblocage-et-stimuler-le-march%C3%A9-unique-num%C3%A9rique-dit-le-Parlement.

6 http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market_fr.